

**Hans-Helmut Röhring**

# **Wie ein Buch entsteht**

**Einführung  
in den modernen Buchverlag**

**Vollständig überarbeitet und aktualisiert  
von Klaus-W. Bramann**

**PRIMUS  
VERLAG**

# Inhalt

Vorwort zur siebten Auflage . . . . .	9
1. Die Verlagslandschaft in der Bundesrepublik Deutschland . . . . .	11
1.1 Folgen der Preisbindung . . . . .	13
1.2 Wirtschaftliche Konzentrationsprozesse . . . . .	14
1.3 Das Geschäft mit Club- und Readerausgaben . . . . .	18
1.4 Der verbreitende Buchhandel . . . . .	19
1.5 Strukturelle Veränderungen der Medienszene . . . . .	22
2. Organisationsstruktur eines modernen Buchverlags . . . . .	25
2.1 Verlagsabteilungen im Überblick . . . . .	26
Lektorat . . . . .	26
Herstellung . . . . .	26
Verkauf und Vertrieb . . . . .	26
Werbung . . . . .	27
Presse . . . . .	27
Lizenzen . . . . .	27
Rechnungswesen und Controlling . . . . .	28
2.2 Weiterbildung als Gebot der Stunde . . . . .	28
3. Wie ein Buch entsteht . . . . .	31
3.1 Die Programm-Macher . . . . .	31
3.2 Berufsbild Lektor . . . . .	33
3.3 Programmpolitik . . . . .	38
3.4 Autorenakquise und Themenrecherche . . . . .	39
Hausautoren . . . . .	40
Angebote aus dem Ausland . . . . .	40
Book packaging . . . . .	41
Unverlangte Manuskripte . . . . .	42
Agenturen . . . . .	42
Aktive Recherche . . . . .	43
An- bzw. Abwerbung von Autoren . . . . .	45

3.5	Autorenhonorar	46
3.6	Bibliografische Titeldatenbanken	47
3.7	Manuskriptbeurteilung	49
3.8	Bildbeschaffung	51
3.9	Fragen über Fragen	54
4.	Urheber- und Verlagsrecht	57
4.1	Urheberrecht	57
4.2	Verlagsvertrag	60
4.3	Normvertrag für den Abschluss von Verlagsverträgen	61
4.4	Titelschutz	76
5.	Die tägliche Lektoratsarbeit	79
5.1	Manuskriptbearbeitung	79
5.2	Informationstexte	86
5.3	Umgang mit Autoren	87
6.	Herstellung	89
6.1	Papier	92
6.2	Satz	93
6.3	Druck	96
6.4	Buchbinderische Verarbeitung	97
6.5	Reproduktion	99
7.	Buchkalkulation	103
7.1	Deckungsbeitragsrechnung	104
7.2	Beispiel einer Deckungsbeitragsrechnung	105
7.3	Vereinfachte Deckungsbeitragsrechnung	112
8.	Marketing	115
8.1	Verkauf und Vertrieb	116
	Vertreterkonferenz	118
	Vertreterreise	121
	Auslieferung	124
	ISBN und Balkencode	126
	Buchmessen	128
8.2	Internet-Buchhandel	129
8.3	Werbung	132

## Inhalt

Händlerwerbung . . . . .	.134
Publikumswerbung . . . . .	.138
8.4 Pressearbeit . . . . .	.142
9. Lizenzen . . . . .	.149
9.1 Deutsche Rechte . . . . .	.149
Taschenbuchlizenz . . . . .	.149
Club-und Readerlizenzen . . . . .	.151
Vergabe von Abdruckrechten . . . . .	.153
Buchferne Lizenzen . . . . .	.154
9.2 Ausländische Rechte . . . . .	.155
9.3 Internationale Koproduktionen . . . . .	.156
Literatur. . . . .	.159
Sachregister. . . . .	.161

## Anhang

Gesetz zur Regelung der Preisbindung bei Verlagserzeugnissen . . . . .	.166
Autorenfragebogen . . . . .	.169
Satzanweisung . . . . .	.174
Rechnung . . . . .	.175
Liefer-und Geschäftsbedingungen . . . . .	.176